

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

1.1.1 Deskripsi Umum Universitas Telkom

Universitas Telkom didirikan pada 14 Agustus 2013 oleh Yayasan Pendidikan Telkom sebagai perguruan tinggi swasta. Berdasarkan SK nomor 309/E/0/2013 dari Dirjen Dikti, Kementerian Pendidikan Kebudayaan. Institut Manajemen Telkom (IM Telkom), Politeknik Telkom, dan Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain (STISI), Institut Teknologi Telkom (IT Telkom). Telah bergabung menjadi Universitas Telkom. Institut Teknologi Telkom adalah Sekolah Tinggi Teknologi Telkom (STT Telkom) yang berdiri pada tahun 1990. Saat itu PT Telkom dipimpin oleh Ir. Cacuk Sudarjanto.

Fakultas-fakultas Telkom University antara lain Fakultas Teknik Elektro (FTE), Fakultas Teknik Industri (FRI), Fakultas Teknik Informatika (FTI), Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Fakultas Ilmu Terapan (FIT), Fakultas Industri Kreatif (FIK), dan Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB). (<https://alumni.telkomuniversity.ac.id/tentang-telkom-university/>, diakses pada 5 November 2022).

1.1.2 Sejarah Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika

Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika (MBTI) adalah program sarjana dengan 1.500 mahasiswa terdaftar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB). Program studi MBTI yang dahulu bernama Sekolah Tinggi Manajemen (STMB) Bandung berdiri sejak tahun 1997. Sejak tahun 2002, program studi sarjana MBTI telah mendapatkan peringkat akreditasi A. Berdasarkan keputusan BAN-PT No.192/SK/BAN-PT/AkXVI/S/IX/2013, MBTI telah mendapatkan peringkat akreditasi A yang berlaku dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2018, peringkat ini berlaku untuk jangka waktu lima tahun. Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis (STMB) menjadi Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Telkom (STMB Telkom) pada tahun 2004. Kemudian berubah nama menjadi Institut Manajemen Telkom (IM Telkom) pada tahun 2008 karena perluasan program akademiknya. IM Telkom dan Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) bergabung

pada tahun 2013 untuk mendirikan Universitas Telkom. Di bawah naungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), jurusan ini menawarkan jurusan MBTI dan program kelas internasional ICT. (www.bms.telkomuniversity.ac.id). Berikut ini adalah tabel 1.1 menjabarkan mata kuliah yang mempunyai kaitannya dengan pengetahuan kewirausahaan.

Tabel 1.1 Mata Kuliah Program Studi MBTI

Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah
Wajib Universitas	Kewirausahaan
Wajib Prodi	• Interpersonal dan Komunikasi Bisnis • Berpikir Kreatif dalam Bisnis • Proyek Kewirausahaan • Etika Bisnis dan Tata Kelola Peursahaan • Regulasi Bisnis Digital • <i>E-Commerce</i> dan Bisnis Informasi
Mata Kuliah Pilihan	• Manajemen Usaha Baru • Pengembangan Bisnis • Validasi Model Bisnis

Sumber : <https://bms.telkomuniversity.ac.id/kurikulum/> diakses pada 26 Januari 23

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sesudah lulus dari perguruan tinggi, mahasiswa akan melanjutkan karirnya diantaranya yaitu berwirausaha. Terdapat beberapa alasan tentang mengapa mahasiswa tidak mempunyai minat dalam berwirausaha, salah satunya adalah faktor pengetahuan. Menimbulkan minat kewirausahaan dalam Pendidikan harus direalisasikan sebagai program tumpuan. Seperti Pendidikan yang sesuai adalah kunci dalam membenahi pembelajaran kewirausahaan, dan kualitas peserta pembelajaran. Pembelajaran kewirausahaan dapat ditemukan salah satunya di perguruan tinggi. Salah satu strategi untuk memenuhi tuntutan para wirausaha baru di Indonesia adalah melalui keberhasilan menumbuhkan jiwa wirausaha di kampus-kampus. Dalam upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa dibutuhkan pemahaman dan pembekalan tentang kewirausahaan (Hatammimi & Fauziyah,2013).

Perkembangan teknologi yang pesat ini memudahkan dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Masyarakat bisa dengan mudah dan bebas menggunakan teknologi internet untuk kepentingan mereka. Hasil data yang didapatkan di Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah pengangguran terbuka berdasarkan tingkat pendidikan, pendidikan universitas di tahun 2019

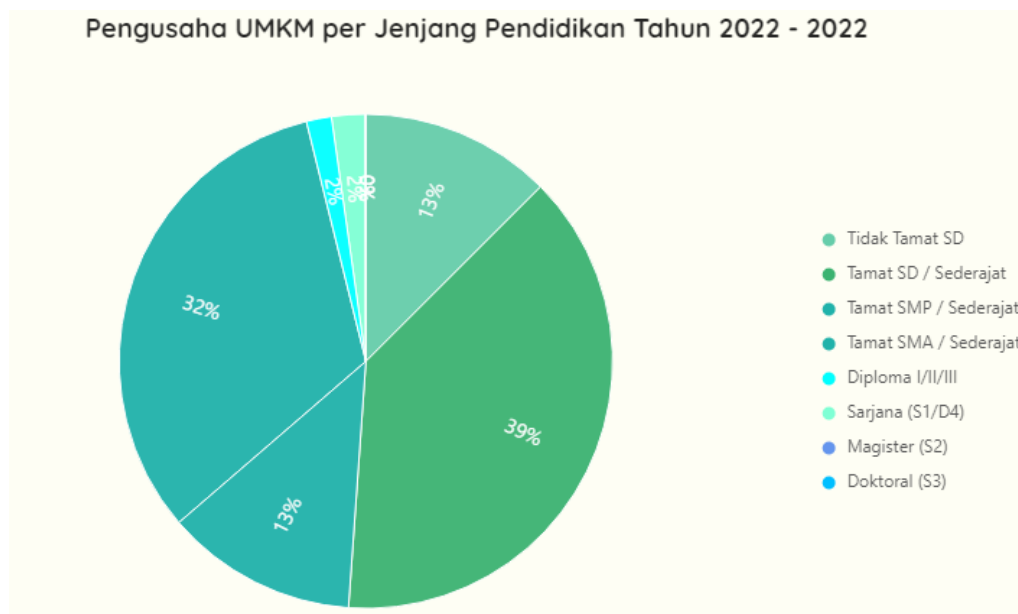
sebesar 5,64%, di tahun 2020 naik menjadi 7,35% dan menjadi penurunan di tahun 2021 sebesar 5,98%. Salah satu untuk mengurangi pengangguran adalah dengan mengarahkan pemuda khususnya mahasiswa untuk berwirausaha. Perkembangan kewirausahaan semakin meningkat serta *trend* media sosial yang banyak digunakan untuk bisnis (Hatammimi, & Syarif, 2015). Berikut ini adalah tabel berisi tentang pengangguran berdasarkan pendidikan menurut Badan Pusat Statistik (BPS) dari tahun 2019 sampai 2021.

Tabel 1.2 Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan

Pendidikan	2021		2020		2019	
	Feb	Agst	Feb	Agst	Feb	Agst
Tidak pernah sekolah	20,461	23,905	35,761	31,379	36,422	40,771
Tidak/belum tamat SD	342,734	431,329	346,778	428,813	443,495	347,712
SD	121,9494	139,3492	100,6744	141,0537	965,641	865,778
SLTP	151,5089	160,4448	125,1352	162,1518	123,5199	113,7195
SLTA Umum/SMU	230,5093	247,2859	174,8834	266,2444	169,0527	200,8035
SLTA Kejuruan/SMK	208,9137	211,1338	144,3522	232,6599	139,7281	173,9625
Akademi?Diploma	254,457	216,024	267,583	305,261	274,377	218,954
Universitas	999,543	848,657	824,912	981,2013	855,854	746,354
Total	8.746.008	9.102.052	6.925.486	9.767.754	6.898.796	7.104.424

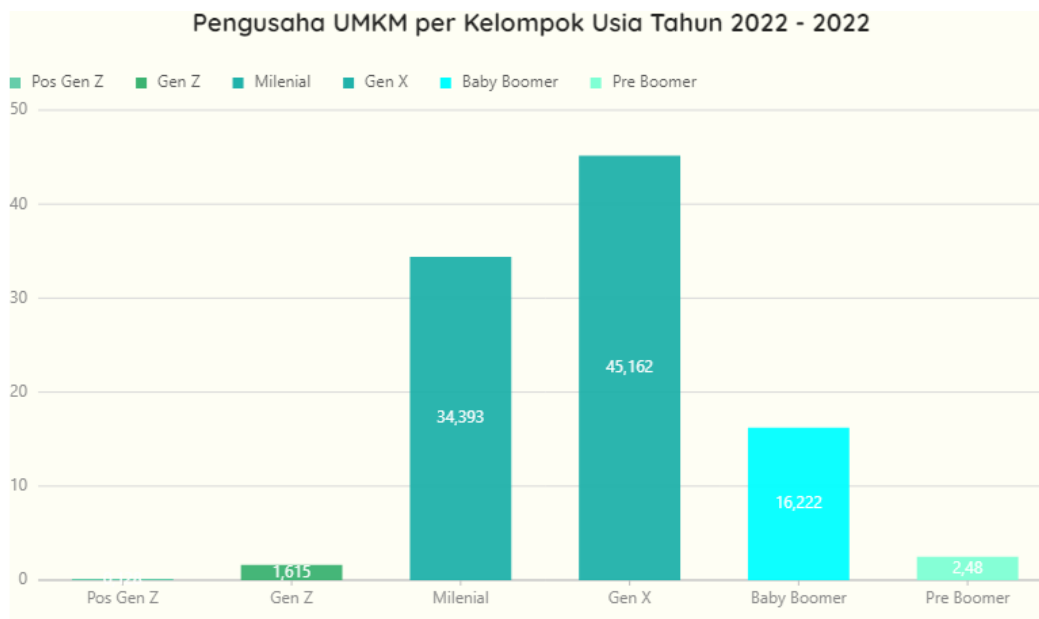
Sumber : www.bps.go.id diakses pada 26 Januari 2023

Berdasarkan data yang diperoleh pada gambar 1.1, tingkat pendidikan strata 1 sangat rendah jika dibandingkan dengan tingkat pendidikan sekolah dasar pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM): 2% pada tahun 2022. Ini sangat minim, karena strata 1 memiliki pengetahuan dan kesempatan untuk meneliti teori kewirausahaan. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop dan UKM) dalam berupaya mencapai tingkat rasio kewirausahaan di Indonesia dengan menyelenggarakan kegiatan Kampus Hebat Berwirausaha Kuat. Guna memperjelas Perpres Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional 2021-2024, Siti Azizah menyatakan bahwa kegiatan ini merupakan kampanye Pengembangan kewirausahaan nasional. Perguruan tinggi adalah institusi yang cocok untuk mendorong berkembangnya wirausahawan baru dengan ide-ide inovatif dan tingkat kompetensi yang tinggi. (beritasatu.com).



Gambar 1.1 Jumlah Pengusaha UMKM per Jenjang Pendidikan Tahun 2022.

Sumber : satudata.kemenkopukm.go.id diakses pada 26 Januari 2023



Gambar 1.2 Pengusaha UMKM per Kelompok Usia Tahun 2022

Sumber : satudata.kemenkopukm.go.id diakses pada 26 Januari 2023

Berdasarkan data yang disajikan pada Gambar 1.2, bagian ini memberikan informasi mengenai kelompok usia mulai dari generasi Z, generasi Z, milenial, generasi X, baby boomer, dan pro boomer. generasi pos generasi Z, atau anak yang lahir setelah tahun 2013, generasi Z, atau anak yang lahir pada tahun 1997 sampai 2012, generasi milenial, atau anak yang lahir pada pada tahun 1981 sampai 1996, generasi X, atau anak yang lahir pada tahun 1965 sampai 1980, generasi baby boomer, atau mereka yang lahir pada tahun 1946 sampai 1964, dan generasi post boomer, atau mereka yang lahir sebelum tahun 1946 (Kompas.com). Gambar 1.2 menunjukkan bahwa, dibandingkan dengan generasi X dan milenial, generasi Z mengelompokkan pengusaha berdasarkan usia yang lebih muda daripada generasi X dan milenial. Siswa yang terdaftar dalam program Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika (MBTI) adalah angkatan yang lebih baru. Namun, di Indonesia, kewirausahaan belum menjadi pilihan karir yang menarik bagi kaum muda. Berdasarkan penelitian *Global Entrepreneur Index*. Jumlah pengusaha di Indonesia telah meningkat sebesar 3 persen, tetapi penghambat yang melekat pada kewirausahaan merupakan penghalang terbesar untuk meningkatkan kewirausahaan di kalangan pemuda Indonesia. Dengan adanya risiko sebagai hambatan yang dialami generasi muda, perguruan tinggi mempunyai peranan yang penting sebagai pelopor untuk memberikan pembekalan mahasiswa untuk berani mengambil dan menghadapi resiko berwirausaha (Kumparan.com). Menurut informasi yang dilansir dari Republika.co.id, Jumlah pengusaha muda di Indonesia hanya sebesar 3,6%. Dalam

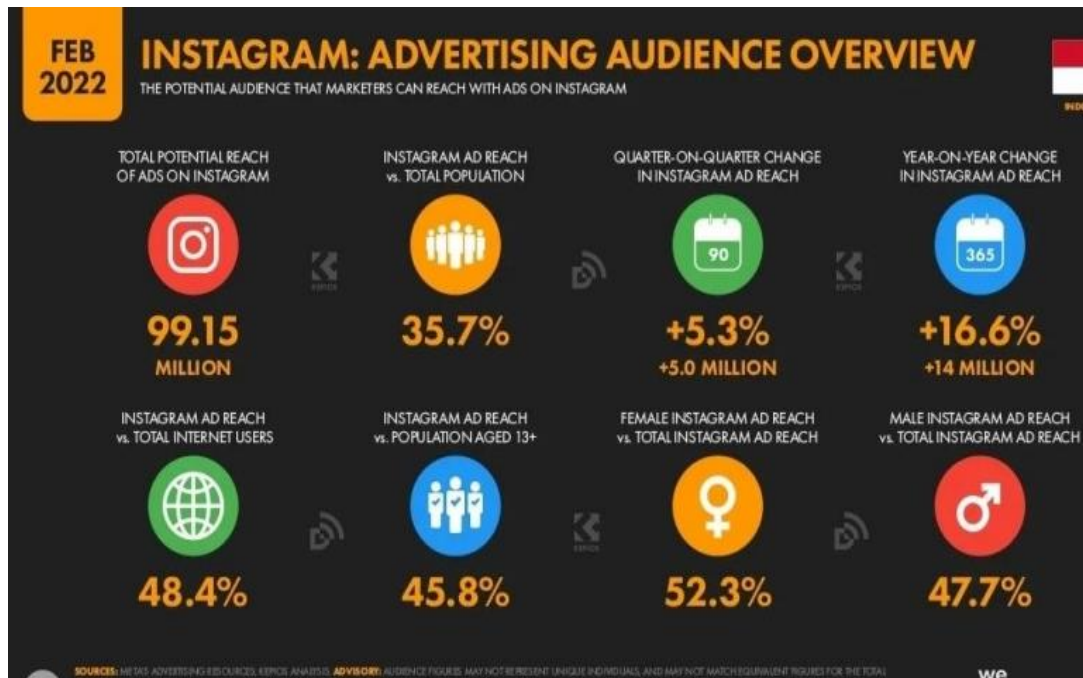
faktor tersebut, penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan dapat mempengaruhi seseorang dalam mencari informasi mengenai kewirausahaan dan mengimplementasikannya. Berikut adalah kumpulan data internet di Indonesia pada tahun 2022. (www.Republika.co.id).



Gambar 1.3 Pemakaian Internet di Negara Indonesia

Sumber : Kompasiana.com diakses pada 24 Oktober 2022

Berdasarkan hasil data diatas, bisa diketahui bahwa jumlah koneksi telepon seluler di Indonesia mencapai 370 juta, pengguna internet sebanyak 204 juta, dan pengguna media sosial 191 juta. jumlah koneksi telepon seluler yang terhubung di Indonesia melebihi jumlah penduduk ini memperlihatkan bahwa kebanyakan orang Indonesia memiliki telepon seluler lebih dari 1. Peran media sosial juga sangat tinggi dalam mempengaruhi kehidupan seseorang sehari-hari, hal ini dapat menjadi dorongan pada perilaku yang dapat mempengaruhinya. Media sosial dapat dengan mudah diakses oleh banyak kalangan. Instagram adalah platform media sosial yang populer. Informasi di bawah ini berkaitan dengan pengguna Instagram di Indonesia tahun 2022..



Gambar 1.4 Data Pengguna Instagram di Indonesia

Sumber : Kompasiana.com diakses pada 24 Oktober 2022

Pada gambar diatas, bisa diketahui total potensi jangkauan iklan *Instagram* mencapai 99 juta mendapatkan 35.7% dari seluruh populasi Indonesia yang berjumlah 270 juta. perubahan kuartal per kuartal dalam jangkauan iklan *Instagram* bertambah sebanyak 5.3%, perbandingan jangkauan iklan *Instagram* dengan total pengguna internet sebanyak 48.4%, perbandingan jangkauan iklan *Instagram* dengan total populasi berumur lebih dari 13 sebanyak 45.8%, perbandingan jangkauan iklan *Instagram* dengan total populasi wanita di Indonesia sebanyak 52.3%, dan perbandingan jangkauan iklan *Instagram* dengan total populasi pria di Indonesia sebanyak 47.7%.

Salah satu cara untuk memenuhi persyaratan pemilik bisnis baru di Indonesia adalah dengan mendorong pengembangan mentalitas kewirausahaan di kampus-kampus. Saat ini banyak perguruan tinggi yang mewajibkan mahasiswanya untuk mengikuti mata kuliah kewirausahaan (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2011). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Telkom University menjadikan kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib dan memasukkannya ke dalam kurikulum. Kewirausahaan tidak hanya menjadi mata kuliah wajib di semua program studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Telkom University, tetapi juga menjadi sub konsentrasi di lingkungan program studi Manajemen.

Universitas Telkom terdapat Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) dan Bandung *Techno Park* (BTP) sebagai pendorong dalam mahasiswa universitas Telkom dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Terdapat mata kuliah wajib prodi di jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika (MBTI) yaitu proyek kewirausahaan, di dalam mata kuliah tersebut, mahasiswa diminta untuk membuat sebuah bisnis dan menjalankannya selama satu semester dan memberikan laporan perkembangannya selama pertemuan berlangsung. Bagi mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika (MBTI) peminatan *Start up Small Bisnis Development* (SSBD) terdapat mata kuliah peminatan manajemen usaha baru, pengembangan bisnis, dan validasi ide bisnis. Dalam pembelajaran di mata kuliah peminatan khususnya *Start up Small Bisnis Development* (SSBD), mahasiswa yang mengambil peminatan tersebut akan mempelajari tentang membangun bisnis baru, cara mengembangkan bisnis tersebut, dan memvalidasikannya sesuai dengan metode pembelajarannya.

Setelah peneliti mengadakan wawancara kepada tiga mahasiswa angkatan 2019 yang sudah mengambil mata kuliah proyek kewirausahaan, ketiga narasumber tersebut menyebutkan bahwa mata kuliah proyek kewirausahaan di semester 6 memberikan dorongan terhadap mahasiswa dalam menumbuhkan minat berwirausaha. Dengan adanya penyampaian materi lalu diberikan praktek secara langsung membuat mahasiswa lebih mengetahui dan mempelajari tentang berwirausaha. Tetapi terhalang satu faktor ketika menjalankan praktek tersebut yaitu dilakukan secara online, tidak dilakukan secara langsung. Hal tersebut menimbulkan faktor kemungkinan mahasiswa tidak mempunyai daya minat berwirausaha.

Dengan adanya permasalahan tersebut, peneliti ingin melakukan penelitian untuk mengidentifikasi faktor upaya menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa dengan judul “Pengaruh Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa” (Studi pada mahasiswa MBTI yang sudah mengambil mata kuliah Proyek Kewirausahaan pada angkatan 2019).

1.3 Perumusan Masalah

Penggunaan media sosial dalam komunikasi pemasaran saat ini sedang populer. Media sosial, yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya, adalah platform daring tempat orang dapat berinteraksi, berbagi, dan menciptakan informasi. Produksi dan penggunaan yang dibuat oleh pengguna dimungkinkan oleh media sosial, sekelompok aplikasi berbasis internet yang didirikan di atas dasar teoretis dan teknis Web 2.0 (Kaplan & Haenlein, 2010). *Instagram*,

Twitter, Line, Facebook dan *YouTube* adalah beberapa contoh platform media sosial yang saat ini sedang mengalami perkembangan. Pemanfaatan media sosial di Indonesia berkembang pesat. Kajian Nielsen menunjukkan bahwa penggunaan internet meningkat sebesar 26% di Indonesia. Pengguna internet Indonesia memanfaatkan internet selama 1,5 jam setiap hari untuk menjalankan tugas sehari-hari. Dari sekitar 220 juta orang Indonesia, 180 juta di antaranya sudah menjadi pengguna ponsel, menurut *ICT Watch*(Kompas.com).

Fungsi media sosial dalam kehidupan sosial masyarakat Indonesia kontemporer berkembang pesat, mempengaruhi semua lapisan masyarakat, termasuk orang tua, muda, pelajar, dan remaja. Karena percepatan perkembangan tersebut, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sosial yang tidak dapat dipisahkan darinya. Dampak positif internet dan media sosial bagi generasi muda adalah mereka dapat belajar mengembangkan dan meningkatkan keterampilan teknis ini sangat penting di era digital modern.

Berdasarkan tabel 1.2 yang menunjukkan total pengangguran di tahun 2021 pada bulan Agustus sebesar 9.102.052, setiap tahun lulusan universitas selalu meningkat dan lulusannya tersebut harus mencari lapangan pekerjaan agar tidak menjadi pengangguran yang berdampak bagi negara. Cara lain dalam meminimalisir pengangguran yaitu berwirausaha, pembekalan yang diberikan oleh universitas, terlebih memberikan fasilitas dukungan untuk mahasiswanya menjalankan berwirausaha maka lebih baik memberdayakan mahasiswa lulusan tersebut untuk berwirausaha.

Berdasarkan gambar 1.1, memperlihatkan jumlah pengusaha dengan pendidikan terakhir S1 sebesar 2% pada tahun 2022. Di Setiap tahunnya lulusan universitas selalu meningkat, dalam mendukung memecahkan masalah pengangguran maka dapat membuat usaha sendiri. Namun dalam mengimplementasikannya terdapat permasalahan yang dihadapinya yaitu keterbatasannya pengetahuan tentang kewirausahaan. Universitas Telkom mendukung mahasiswanya dengan adanya sistem kampus merdeka yang bekerja sama dengan *Bandung Techno Park* (BTP) sebagai pendukung mahasiswa universitas Telkom dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan mempelajari secara langsung mengenai kewirausahaan. Dengan adanya Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI). Khusus bagi mahasiswa Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika (MBTI) terdapat mata kuliah wajib prodi yaitu proyek kewirausahaan pada semester 6. Dan terdapat mata kuliah pilihan yaitu *Start up Small Bisnis Development* (SSBD).

Kemajuan teknologi semakin berkembang dengan perkembangannya tersebut, masyarakat

dapat mengakses dan mencari informasi yang didapatkan dengan mudah. Dengan adanya media sosial, sering kali menampilkan konten-konten mengenai wirausaha suatu artis ataupun iklan untuk mempelajari tentang wirausaha. Dalam hal tersebut peneliti ingin mengetahui dan mengidentifikasi pengaruh media sosial instagram dan pengetahuan kewirausahaan dalam minat berwirausaha mahasiswa MBTI. Rendahnya minat berwirausaha mahasiswa disebabkan oleh keterbatasannya pengetahuan tentang berwirausaha dan memilih untuk mencari pekerjaan yang disebabkan karena kurangnya modal dan tidak ingin mengambil resiko yang besar. karena tingginya penggunaan media sosial dikalangan mahasiswa.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan proyek akhir ini didasarkan pada pernyataan masalah di atas dan meliputi:

1. X1 : Mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa MBTI.
2. X2 : Mengetahui seberapa besar pengaruh mata kuliah kewirausahaan yang diperoleh terhadap minat berwirausaha mahasiswa MBTI.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi individu-individu berikut:

1.5.1 Aspek Teoritis

- a. Dapat memberikan manfaat ilmu pengetahuan bagi yang membutuhkannya.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi penelitian acuan.

1.5.2 Aspek Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam memberikan ilmu dan informasi tentang kewirausahaan dalam mendorong minat berwirausaha.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran tentang objek penelitian, latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, keunggulan penelitian, dan sistematika penulisan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori terkait dan hasil penelitian yang dapat digunakan sebagai acuan untuk memahami dan memecahkan masalah yang diteliti.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan karakteristik penelitian, instrumen pengumpulan data, variabel operasional, skala pengukuran, tahapan pelaksanaan penelitian, populasi sampel, pengumpulan data dan sumber data, uji validitas, dan teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil dan pembahasan mengenai karakteristik responden ditinjau dari berbagai sudut pandang, serta rumusan masalah dan hasil analisis data.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan analisis, serta rekomendasi untuk masalah potensial, perusahaan, dan peneliti masa depan.